



The Poona Press  
Owners Association Ltd.

Affiliated to AIFMP, New Delhi and  
Maharashtra Mudran Parishad

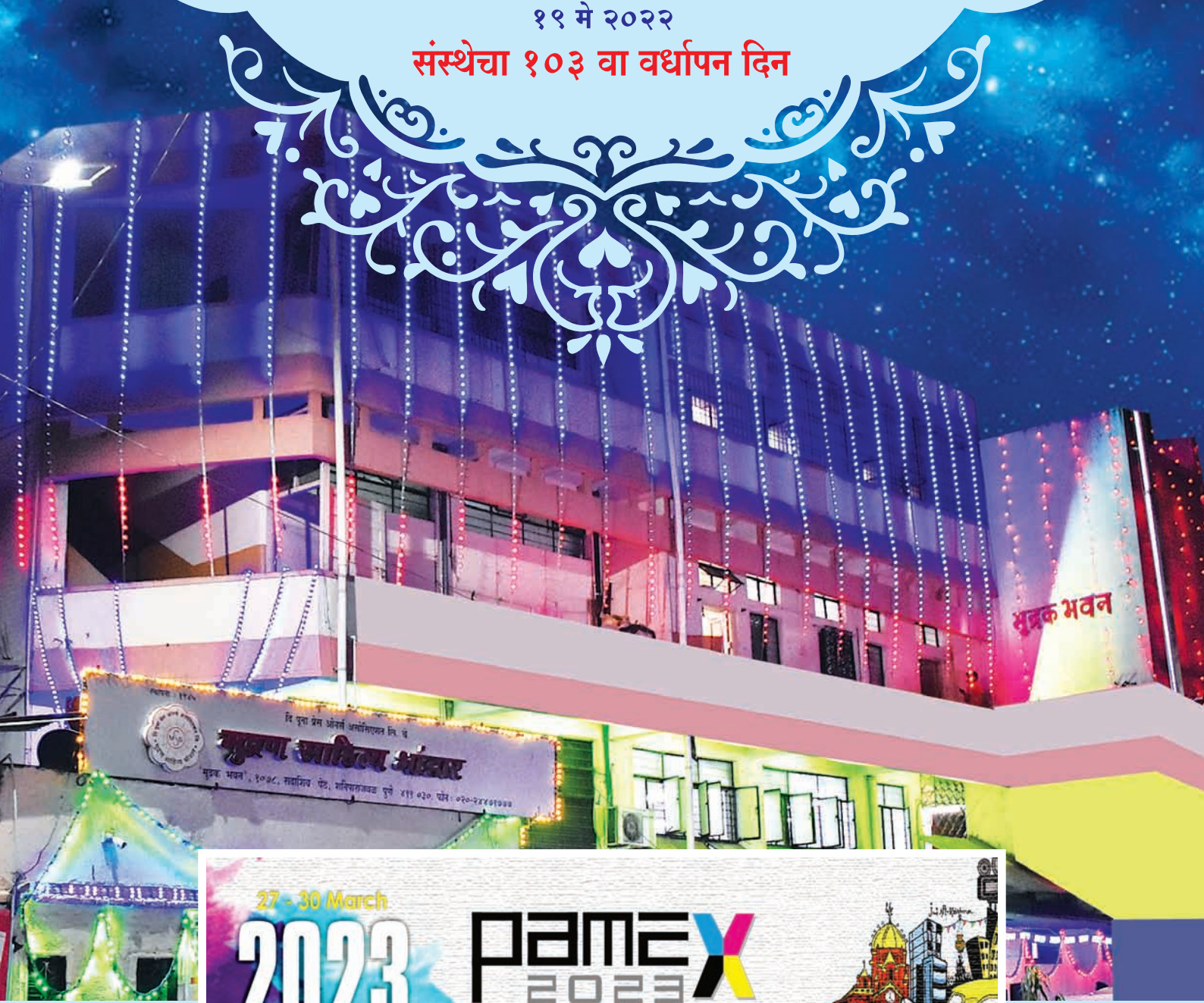
# दि पूना प्रेस ओनर्स असोसिएशन लि.चे मुद्रण जगजाश

84<sup>th</sup> Year  
May 2022

मुद्रण, प्रकाशन व अनुषंगिक व्यवसायासंबंधी माहिती पुरविणारे  
मुद्रकांनी मुद्रकांसाठी चालविलेले सर्वात जुने मासिक

१९ मे २०२२

संस्थेचा १०३ वा वर्धापन दिन



27 - 30 March

# 2023

Bombay Exhibition Centre,  
Goregaon, Mumbai

## PAMEX

2023

International Exhibition on Printing and Allied Machinery Industries  
Of the Printers - For the Printers - By the Printers



## Coatings

that do not let your reputation come off



### Features:

- ♦ Brilliance in finish
- ♦ Robust for Package protection
- ♦ Excellent Rub Resistance

**Regulatory compliance in case of Coatings is as follows:**

ITX Free

BP Free

RoHS

SVHC

Packaging Waste Directive





## The Poona Press Owners Association Ltd.

### कार्यकारी मंडळ

श्री. रवींद्र दि. जोशी	अध्यक्ष	९८२२०८२६४८
श्री. शेखर सं. धुमाळ	उपाध्यक्ष	७०२०६६३२१२
श्री. तीर्थराज ज. जोशी	चिटणीस	९८२२०२७३९४

### मुद्रण साहित्य भांडार समिती

श्री. संजय आ. सावंत	चिटणीस	९४२२८८१८८४
श्री. कृष्णा द. उत्तेकर	सदस्य	९४२२५१२७१३
श्री. कृष्णा रा. जागडे	सदस्य	७७९८४६०२४०

### वास्तू समिती

श्री. दीपक म. ढोले-पाटील	चिटणीस	९४२२०८५८९०
श्री. मोहन ह. फडतरे	सदस्य	९८२२८२९३९३
श्री. राहुल द. मारुलकर	सदस्य	९८२३०१५२०८

### मुद्रणप्रकाश समिती

डॉ. गणेश मा. दात्ये	संपादक	९८२३१२६१५०
श्री. विक्रम प्र. गोगावले	संपादक	९८२२५१५१५९
श्री. नंदकुमार पां. नवले	सदस्य	९८२२०९९३५७

### शिक्षण समिती

श्री. विनय र. कळसकर	चिटणीस	९८२२०३६०३५
श्री. मंदार मु. उगार	सदस्य	९८२२००१७९०
श्री. गिरीश ना. राव	सदस्य	९८२२०३२३३०

### ग्रंथालय व प्रकाशन समिती

श्री. निलेश प्र. घोडके	चिटणीस	८८८८९१०१११
श्री. किशोर प्र. गोरे	सदस्य	९९२२५५२२४४
श्री. राजेंद्र तु. सुपे	सदस्य	९३७२८७२८८१

## अं. त. रं. ग

Recover your business, scientifically! ..... 4

चैत्र पालवी ..... 7

कधीही निवृत्त न होणाऱ्या आईचा दिवस ..... 9

सर्वांगीण गुणवत्ता व्यवस्थापन

(Total Quality Management [TQM]) :

एक दृष्टिकोन ..... 11

Are You APPROACHABLE? ..... 13

NEWS : Printing Industry ..... 15

Devices : Multimeter ..... 16

लेआऊट-डिझाईन : अमोघ आर्टस्. फोन : ९३२६०८६२८५

### संपादक, मुद्रक आणि प्रकाशक :

डॉ. गणेश मा. दात्ये यांनी आकृती प्रिंट सोल्युशन प्रा. लिमिटेड,  
पुणे ४११००९ येथे छापून दि पूना प्रेस ओनर्स असोसिएशन लि.,  
२०९/ब-४, नवी पेठ, शरद पंडित पथ, पुणे ४११०३० येथे प्रसिद्ध केले.  
फोन : ०२०-२४४७१७७७, २४४३०४६०

Email : mudranprakash@gmail.com

www.pressownerspune.org

'मुद्रणप्रकाश'मधील लेखांत व्यक्त झालेल्या मतांशी

संपादक सहमत असतीलच असे नाही.

केवळ संस्थेचे सभासद व अंतर्गत वितरणासाठी

## संपादकीय



### सर्व सभासद बंधू आणि भगिनीनो,

आपल्या संस्थेला दि. १९ मे २०२२ रोजी १०३ वर्षे पूर्ण होत आहेत. यानिमित्त आपल्या सर्वांचे मनःपूर्वक अभिनंदन. अत्यंत अभिमान वाटावा अशी ही गोष्ट आहे. कुठलीही संस्था इतकी जगणे व नावारूपाला येणे ही गोष्ट सहजसाध्य नाही तर अनेक जणांचे कष्ट, हालअपेष्टा तसेच त्यांनी स्वतःच्या धंद्यातील वेळ बाजूला सारून केलेले काम याचाच हा परिपाक होय. काही झाले तरी या सर्व महान विभूतींना आपण विसरून चालणार नाही. त्या सर्वांना माझा मानाचा मुजरा!

या संस्थेकरता संचालक म्हणून काम करताना अनेक अडचणींना आजही तोंड द्यावे लागते. वेळ काढावा लागतो. प्रसंगी वाईटपणा घ्यावा लागतो. पण त्यामुळे आज संस्था टिकून आहे. संचालकांवर टीका करण्याऐवजी त्यांच्या अडचणी यासुद्धा सभासदांनी समजून घेतल्या पाहिजेत. काही निर्णय करताना काही सभासदांच्या मनाविरुद्ध निर्णय असला तरी तो संस्थेचा निर्णय आहे...व्यक्तीचा नाही हे लक्षात घेणे व त्या निर्णयावर ठाम राहणे आवश्यक आहे... नाही का? जोपर्यंत ते आपल्या सर्वांच्या पचनी पडत नाही तोपर्यंत 'असोसिएशन' या शब्दाला अर्थ प्राप्त होऊ शकत नाही.

मागील आठवड्यात रिझर्व बँकेने सीआरआरमध्ये ०.५ टक्क्यांची वाढ केली. तसेच रेपो रेटमध्येही ०.४० टक्क्यांनी वाढ करण्यात आली. महागाई वाढीमुळे हा निर्णय घेण्यात आला असला तरीसुद्धा वाढीवर कर्जदर हा करोनामधून आत्ताच कुठे बाहेर येऊ पाहणाऱ्या छोट्या व्यावसायिकांना अत्यंत घातक ठरणार आहे यात शंकाच नाही. याविषयी आपण पुढील अंकात सविस्तर विवेचन एक लघू व्यावसायिक म्हणून नक्की करू या.

पुन्हा एकदा संस्थेच्या वाढदिवसानिमित्त आपणा सर्वांना खूप खूप शुभेच्छा!

आपला,

**गणेश मा. दात्ये**

**संपादक**

मोबाईल : ९८२३१२६१५०

# PAMEX 2023

International Exhibition on Printing and Allied Machinery Industries  
Of the Printers - For the Printers - By the Printers



27 - 30 March

# 2023

Bombay Exhibition Centre,  
Goregaon, Mumbai



Organised By:

ALL INDIA FEDERATION OF  
MASTER PRINTERS



In Association With:

PRINT-PACKAGING.COM  
(P) LTD.

## Print-Packaging.com (P) Ltd.

Mumbai : F 101, Tower No: 7, First Floor, International Infotech Park,  
Vashi Railway Station, Vashi, Navi Mumbai 400 705.

Tel : 91-22-27812093, 27812619, 27812657

Fax : 91-22-27812578

Email : info@print-packaging.com

[www.Pamex.in](http://www.Pamex.in)



# अध्यक्षीय मनोगत



सन्माननीय सभासद,  
सप्रेम नमस्कार !

दरवर्षीचा 'मे' महिना संस्थेच्या दृष्टीने विशेष महत्त्वाचा, कारण १९ मे १९१९ साली आपल्या संस्थेची स्थापना झाली. १९ मे २०२२, हा संस्थेचा १०३ वा वाढदिवस म्हणजेच 'वर्धापनदिन'.

संस्थेच्या स्थापनेपासून आजपर्यंतच्या संस्थेच्या प्रत्येक आजी-माजी सभासद व संचालक ह्यांचा संस्थेच्या उभारणीत खारीचा, पण अत्यंत मोलाचा वाटा आहे, असे मी मानतो. प्रत्यक्षात १९ मे हा तर आपल्या प्रत्येक सभासदाचाच वाढदिवस आहे असे मला वाटते. संस्थेच्या १०३ व्या वर्धापनदिनाच्या मंगलप्रसंगी, मी प्रत्येक सभासद बांधवांना व संस्थेच्या प्रत्येक संचालकांना आवाहन करतो की, संस्थेकडून घेतल्या जाणाऱ्या प्रत्येक शैक्षणिक उपक्रमात, मनोरंजनात्मक कार्यक्रमात सक्रिय भाग घेऊन हे उपक्रम, कार्यक्रम यशस्वी करावेत.

IPAMA : Indian Printing Packaging Allied Machinery Manufacturer's Association. आपल्या व्यवसायाशी निगडित प्रदर्शन आयोजित करणाऱ्या ह्या आंतरराष्ट्रीय दर्जाच्या संस्थेकडून, दिल्लीजवळील नोएडा (उत्तर प्रदेश) येथे PrintPack - 2022 हे प्रदर्शन दि. २६ मे ते ३० मे २०२२ दरम्यान आयोजित करण्यात आले आहे. मुद्रण व्यवसायात नव्याने आलेले तंत्रज्ञान व येऊ घातलेले तंत्रज्ञान ह्याची ओळख, माहिती व प्रात्यक्षिक (Information & Demonstration) इथे पाहायला मिळेल आणि जेव्हा शक्य होईल तेव्हा आपण ते तंत्रज्ञान आत्मसात करावे आणि योग्य वेळी त्याचा वापर आपल्या कामात करावा. म्हणूनच शक्य असल्यास वेळात वेळ काढून मुद्रक बांधवांनी ह्या प्रदर्शनास भेट द्यावी असे मी सुचवितो.

पुन्हा एकदा माझ्या मुद्रक बांधवांना संस्थेच्या १०३ व्या वर्धापनदिनाच्या मनःपूर्वक शुभेच्छा!!!

रवींद्र दि. जोशी  
अध्यक्ष

# Recover your business, scientifically!

**Project in-charge Sanjay Patel presented PRIDEX and CARDEX to the printers at an Impact Session in June 2018; the twin AIFMP-CRISIL indices are since proving their worth. More than ever when the printing industry is recovering from the impact of COVID-19 pandemic.**



Since March last year, we have experienced immense challenges in the industry across India. From complete lockdown to forced shutting down of businesses for lack of client orders. Amongst this all, the printers and the packaging converters who courageously continued with their business faced enormous challenges with upstream and downstream supply. In different pockets of India, printers were experiencing very volatile prices for input materials. How does one quote for the jobs without losing money? How does one ensure the least erosion of business' financial condition, or if possible, achieve profitability despite all odds?

The twin indices launched by AIFMP-CRISIL have stood the test of time. More significantly, they have gained relevance through and post-pandemic recovery of India's printing and packaging industry. The two indices present a nationwide picture of input costs accurately. However, their long-term trends present an effective and scientific way of predicting future directions for the print-entrepreneurs.

## Overcoming the pandemic challenge with twin indices

The indices are updated every quarter. Different newsletters publish AIFMP-CRISIL indices' analysis by many printers' associations across India. The commentary explains the latest trend each quarter comparing the data with the previous quarter. The year 2013-2014 is the base year with an index value at 100.

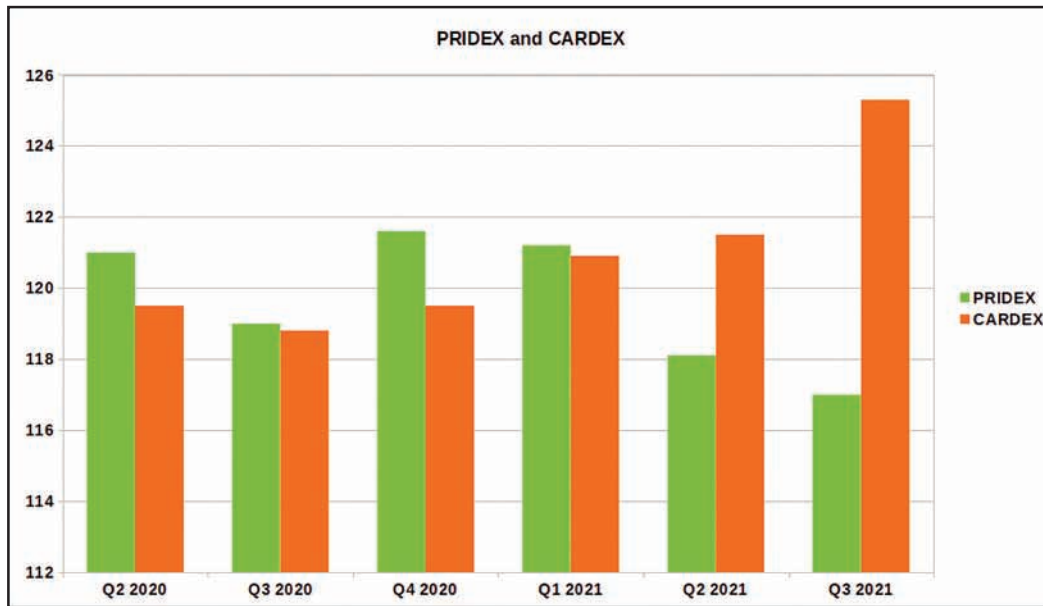
The latest published reports for the indices PRIDEX and CARDEX are for Q3 FY2021. In the Q2 and Q3 of FY2021 PRIDEX stands at 118.1 and 117 respectively. The CARDEX is at 121.5 (Q2 2021) and 125.3 (Q3 2021). The rise in PRIDEX between Q3 and Q4 2020 has been sharp

compared to CARDEX; however, since Q4 2020, the index has dropped sharply. Confirming the volatile trend, PRIDEX has fallen by 2 per cent year-on-year, and the fall is 4.6 per cent between the high of Q4 2020 to Q3 2021. CARDEX has recorded a 6.5 per cent rise year-on-year, with a jump of 3.8 per cent between Q2 and Q3 of 2021.

The long-term trends for PRIDEX and CARDEX are insightful, to say the least. "The industry has been shifting gradually but surely towards packaging vertical. If you closely track the journey of the two Indices, you will see the consistent input-cost rise as demonstrated by CARDEX." Sanjay Patel, the brain behind the duo AIFMP indices and the Project In-charge, adds, "The FY2021 results for PRIDEX have demonstrated a sharp decline in the activities on the commercial print front. Commercial printers who operated through this period faced acute challenges, for example, very low or no orders, working with 10-20% workforce, and more."

Despite the predictable yet sharp rise of CARDEX, we all know the packaging businesses have paid handsome dividends in terms of capacity utilisation, through the tough times of the lockdown and the subsequent months. Having said this, Sanjay further observes and advises the printers and the packaging converters to take every opportunity that comes their way, albeit with usual business cautions.

PRIDEX' southward trend may seem contrary to the price rise we have seen industry-wide in recent times. Twenty per cent decline in paper prices in the financial year have weighed heavily beside the muted demand for the commercial print segment. These explain the 2 per cent year-



on-year drop in PRIDEX. Sanjay advises, “commercial printers should negotiate well with the clients to make the maximum of the input cost reduction in the times of lower demand for products.”

#### A peculiar industry with unique pressures

Every industry has four typical types of businesspersons: passionate creators, freedom seekers, legacy builders and the struggling survivors; the last form the significant chunk of the industry. This classification is accurate, especially when the industry is clawing its way back from the black hole created by the global pandemic. We must, however, understand that each business is here to create wealth and make money. And that is what we all must strive for at all times.

The printing industry in India is peculiar; it immensely adds to cost pressures, leading to an eroding bottom line and profits. On the one hand, the industry is highly technologically driven, demanding more significant investments in rapidly evolving technologies, thereby continually pushing for higher stakes. On the other hand, supply exceeds demand for the printing industry with a large number of players across the country. This peculiarity of the industry puts pressure on each player to be highly competitive. And in the post-pandemic era, the demand for our products has significantly changed and rapidly shrunk.

“Most printers, therefore, resort to lower prices to gain business and maintain revenue in a market where both the suppliers and the customers are much larger than any one of us,”

Sanjay added, “this leaves us with no or very limited negotiating power with our suppliers and clients as well.” For example, there are only a handful of quality ink manufacturers and suppliers in India. The number doesn’t stretch beyond a few dozen, including all the lesser-known and even unknown manufacturers and ink suppliers. These small number of suppliers cater to the industry as large as 2.5 lac printers spread across India.

#### A creative tool to turn a problem into an opportunity

During many meetings and deliberations at BMPA and the national level governing council meetings of AIFMP, the solution emerged in 2017: track the costs in real-time and recover the changing costs from the customer. Easier said than done; who would believe our cost tracking if we don’t follow a scientific and credible method? This was when Sanjay Patel and his core team looked at the Sensex, the Bombay Stock Exchange index. The Sensex figure indicates the market trend, and no matter how badly the market crashes, nobody questions the sanctity of the Sensex. This index reflects the demand and supply situation for a particular stock or the market besides considering many factors such as stock’s financial performance, brand value, and more.

“Printing industry needs such an index that not just the people from printing industry but the suppliers and customers would believe,” explained Sanjay, “therefore, to arrive at such as index, we began to research and to brainstorm.” The team embarked upon the journey of developing an index. First, the team identified the right and

credible partner to support them in developing and maintaining the index. CRISIL, the partner of choice for AIFMP-CRISIL indices, is a leading analytics company aiming for 'making markets function better'. India's foremost provider of ratings, data, research, analytics and solutions, CRISIL has a strong track record of innovation and growth with over 1,00,000 customers in India and worldwide. AIFMP assured the necessary financial support for the development and maintenance of the index.

Later the team identified and listed different costs that the industry incurs – from the supply of raw material to finance, human resource and transport. The core team identified these costs incurred by the industry; however, the next crucial and essential step was to factor in their weightage for the index. This was when the two distinct input-cost-based indices were envisioned: PRIDEX for the commercial printing sector and CARDEX for the packaging sector. Then came the arduous task of identifying and coordinating with the sources – the manufacturers and suppliers of the input materials, paper manufacturing companies, ink manufacturers, for example. These sources would periodically communicate the cost of their supplies to determine the basis for the index for that particular input-resource. The team chooses source companies that have a pan-India presence because the indices are uniform for across India.

### **Own the indices; make the most of them**

Printers must understand the importance of these two indices and try using these values in their businesses. The exact and specific effect of these values and trends from PRIDEX-CARDEX for individual companies will differ; for example, a print business that has already incurred losses, and has not yet recovered, must first clear off those incurred losses and gain stability before the business financials get in sync with the trends displayed by the twin indices. Only then can the business begin to make the most of these indices.

“Interestingly, a lot of purchase managers have shared with us that the printer prices backed by such an index will also help them justify the price increases within their organisations. Indexes are a common and trusted language in the business world. Indices by CRISIL and such research firms are trusted widely,” Sanjay assures the printers and packaging converters, “that’s where the power of AIFMP-CRISIL PRIDEX and CARDEX lies; our clients will not question its

credibility or sanctity. I repeat, it is a powerful and scientific tool for printers.” “The AIFMP-CRISIL indices, at times, may seem irrelevant to your market-conditions. However, one must understand that these are average values that are applicable pan-India. They signify and communicate a trend for input costs for the two print-industry verticals – commercial print and carton packaging sectors.

Before you discard the intelligence offered by PRIDEX and CARDEX, check the input costs for your business. I am certain the trend for your business will match the trend documented by the PRIDEX-CARDEX through their journeys in the past few years,” Sanjay further elaborates on making the most of the twin indices, “it is necessary more than ever that we align our businesses to keep the input costs and thereby pricing in sync with these trends.” For example, we must ask ourselves if we have raised our prices by at least about six and a half per cent in the past one year if we are operating in the packaging sector? If not, we are indeed bleeding. On the other hand, the input costs have sharply dropped for the commercial print segment, so the businesses must correct their price quotations to ensure profitability by leveraging the drop in input costs.

These indices have stood the test of time. The latest trends and the results for the Q2 and Q3 of 2021 reflect the input costs for the two print industry verticals. The challenge for the printers is two-fold. The packaging sector printers need to demand prices in keeping with the trend, and commercial printers will be pressured to reduce the prices. However, a piece of cautious advice from Sanjay is in keeping with the latest sharp price hike in paper prices at the beginning of January 2021. We shall have to wait for the Q4 2021 results to gauge its average quarterly impact on the overall input costs. The best practice in the current market conditions is to use the two Indices as general yardsticks and aligning your prices to your company's actual costs.

To regularly follow the trends for PRIDEX and CARDEX visit <https://www.crisil.com/en/home/our-businesses/india-research/capital-market/all-india-federation-of-master-printers.html>. Do not forget to add the link to your 'Bookmarks' to easily and quickly access it whenever you need to refer to the AIFMP-CRISIL indices. Keep it handy and accessible; it is the key to scientifically demanding a price-rise from our clients and customers. ■





## चैत्र पालवी

प्रकाश आपटे

सांगली. मोबाईल : ९४२२६१६१५१

शिशिर ऋतु संपत आला की समजावे आता आगमन मनाला सुखावू लागणाऱ्या ऋतुराज वसंताचं...! होळीचे रंग फिकट होत नाहीत तोच शिशिराच्या पानगळीने, झाडे आपली पाने आपल्याच पायाशी समर्पित करीत उघडीबोडकी होतात. अशातच वसंत ऋतुचं आगमन होतं. त्याच्या परिसस्पर्शानं वृक्षवल्ली मोहरतात. नवसृजनाची पालवी टकूमकू बघत हळूच या जगात प्रवेश करते. नाजूक पालवीने झाडे नटायला लागतात आणि स्वागताला सज्ज होतात... नववर्षाच्या!

नव्या संकल्पाची नांदी गात, नववर्षाचा पहिला दिवस मांगल्याच्या पावलानं अलगद अंगणी अवतरतो... आणि त्याचवेळी नवं वर्ष येतं नव्या आकांक्षा घेऊन, आकांक्षांचं नवं स्वप्नपंख लेऊन, या स्वप्नांच्या पूर्तीसाठी आश्वासक वसंतोत्सवाचा फुलगंध घेऊन! मांगल्याची गुढी उभारून या वसंत ऋतूचं स्वागत सर्वत्र केलं जातं.

निसर्गाला गुरू मानलं जातं. शिशिरात जशी पानगळ चालू होते... तसंच आपल्या मनातील एकएक गोष्टी गळून पडायला हव्यात, मनाच्या कानाकोपऱ्यातील गेल्या दोन वर्षांत मुद्रण

व्यवसायाबद्दल उद्भवलेली रूक्षता, मळभ गळून पडायला हवी, वसंत ऋतू येतो आणि पर्णहीन झाडांना नवीन पालवी फुटण्यास सुरुवात होते.... तसं पुन्हा आपलेपणाची, मुद्रणबंधूत्वाची व्यवसायाबाबतची उदासीनता जाऊन नवी टवटवीत पालवी फुटायला हवी.

व्यवसायासाठी अनेक वर्षे वापरत असलेली सॉफ्टवेअर्सची नवीनतम वर्जनस, चालू काळात अत्यावश्यक असलेली... ठरलेली यंत्रसामग्री, व्यवसायाच्या बदललेल्या, बदलत्या संकल्पना, ग्राहकाला देण्यात येणाऱ्या सुविधा आणि तितकेच महत्वाचे सादरीकरण! हे सारं वसंत ऋतुप्रमाणं कसं बहरत जाईल हे पाहिलं पाहिजे. म्हणूनच निसर्गाला गुरू मानलं की हे सारं स्पष्ट होतं. ऋतूनुसार निसर्गात होणाऱ्या प्रत्येक बदलांचा अन्वयार्थ आपल्या मुद्रण व्यवसायाशी जोडून कार्यवाहीत आणला तर मात्र आपल्या

प्रत्येकाच्या मुद्रण व्यवसायात फक्त 'वसंत' फुलणार!

चैत्र पाडव्याला सुरू होणारं हे नवं वर्ष म्हटलं की दर वर्षी आपण काही ना काही ठरवतो. मुद्रण व्यवसायासाठी आता अतूट संकल्प करण्याची मोठी गरज आहे. आपण संकल्प करतो आणि

नवं वर्ष आलं की कोऱ्या कागदावर संकल्प लिहिताना चाफ्याच्या फुलासारखी मनात मंद सुगंधाची पखरण करत अनेक संकल्प आठवू लागतात. तसतशी मनाची मरगळही जाते. आणि मनात नवे संकल्प अंकुर धरू लागतात. पण अशा संकल्पित अंकुराच्या ओळीत दि पूना प्रेस ओनर्स असोसिएशन या शतकाकडे झेप घेणाऱ्या आपल्या संघटनेसाठीही काही वेळ ठेवाल...? कराल इतकं तरी...?



कायाकल्प घडेल असा विश्वासही ठेवतो. यातून असे संकल्प सिद्धीस नेण्याचा प्रयत्न करतो. पण काही दिवसांतच हे संकल्प संकल्पच राहतात. बहुधा सगळ्यांचंच तसं होतं. मग पुन्हा चैत्र पाडवा, गणपती, नवरात्र, दिवाळी, १ जानेवारी अशा दिवसांपासून संकल्प करण्याचे निश्चित करतो. असं घडत असतं. हा मनुष्य स्वभाव आहे.

पण आता मात्र व्यवसायाच्या आणि आपल्या भवितव्यासाठी जे काही संकल्प करायचे ते पूर्णतः आचरणात आणायचे अशी जिद्द मनात उभी करावी लागणार आहे आणि ती काळाची गरज बनणार आहे. आपल्या आणि मुद्रण व्यवसायाच्या दृष्टीने हे आता आवश्यक ठरणारे आहे. कुठल्याही गोष्टीची सुरुवात होणं हे महत्वाचं असतं. प्रत्यक्ष कृती करणं हे ध्येयनिश्चितीचं पहिलं पाऊल ठरतं. अर्थात 'हार मानायची नाही' हे निश्चित! म्हणून संकल्प करण्यास आणि तो साकारण्यात काही अडचणी आल्या तरी 'पुनश्च हरी ॐ' करायलाच हवं. नव्याने प्रयत्न व्हायला हवेत.

वसंत ऋतु आणि चैत्र पाडव्याला उगवणारा सूर्य म्हणजे चैतन्याने मोहरून टाकणारा ऊर्जेचा स्रोत. तो सूर्य उगवला की कोणालाच स्वस्थ बसून देत नाही. पण ही स्वस्थता कुणालाच नकोय. एकीकडे स्थैर्य हवे असताना दुसरीकडे बदल हवा असंही वाटत राहतं. बदलणारं सातत्य हवं हवं वाटतं! स्थैर्यातून साचलेपण येतं... बदलातून नावीन्य! आणि असे बदल आपल्या मुद्रण क्षेत्रात सातत्याने घडत आहेत. घडत राहणार आहेत. हे नवंपण, हे बदल पेलायला नवं कोरं मन जपायला लागतं. मन नवं होणं हा मनाचा पुनर्जन्मच. हा जन्म पुनः पुन्हा होणं हाच चैतन्यमंत्र! नव्या वर्षाला सामोरं जाताना त्याच्या उदरात नवीन काय क्रांति घडेल हे सांगता येत नाही. तरीही आपल्या स्वतःसाठी, आपल्या व्यवसायासाठी काही 'संकल्प' आपण केले पाहिजेत. काही गतगोष्टी विसरून नव्याने उभं राहिलं पाहिजे. उभं ठाकलं पाहिजे.

जगात एकमेव शाश्वत गोष्ट कोणती असेल तर ती म्हणजे बदल! आपला मुद्रण व्यवसायही त्याला अपवाद नाही. आतापर्यंत जे जे यांत्रिक व तांत्रिक बदल आणि स्थित्यंतरे झाली ती सर्व मुद्रण व्यवसायाने म्हणजे मुद्रकाने आत्मसात केली. हे सारे बदल तुमची इच्छा असो वा नसो होत राहणारच. या गोष्टींचा स्वीकार करायचा का नाही हा ज्याचा त्याचा प्रश्न आहे. तंत्रज्ञानाची जसजशी प्रगती होत आहे तसे ते गतिमान होत आहे हे नक्की. ग्लोबलायझेशन ही गाडी जग धुंडाळायला निघाली आहे, ती तुम्हाला पकडायची असेल तर त्या गतीने धावणं जरूरीचं आहे.

आमचा पिढीजात मुद्रण व्यवसाय आहे. अनुभव खूप आहे यावर विसंबून न राहणंच चांगलं. सरलेल्या भूतकाळाचा विचार करण्यापेक्षा आपल्या आजच्या व येणाऱ्या काळाचा विचार करून जगलं पाहिजे. 'थांबला तो संपला' पेक्षा 'धावला तो टिकला' असे बदल झालेले आपल्याला पाहावे लागणार आहेत. नववर्षातील संकल्पाची सुरुवात म्हणजे नवीन आशा-आकांक्षा... नवीन ध्येयाची आखणी... अपयश आलेल्यांना पुनः प्रयत्न करण्याची नवीन संधी.



आकाशाला गवसणी घालण्याची दुर्दम्य इच्छाशक्ती, याला कृतीची दिलेली जोड आणि यातून संकल्पपूर्तीचा ध्यास! खरं तर संकल्प करायची इच्छा असणं हीच जिवंत असण्याची खूण आहे. जीवनाच्या प्रत्येक अंगामध्ये प्रगती करण्याचा संकल्प केव्हाही अशुभ नसतोच. नव्या उमेदीने, नव्या जिद्दीने, नव्या तडफेने केलेले असे संकल्प पूर्ण होतीलच होतील.

नवीन वर्ष आणि संकल्प याचं नातं अतूट आहे. संकल्प आणि त्या दृष्टीने वर्षाचे नियोजन याखेरीज नवीन वर्षाची कल्पनाच होऊ शकत नाही. नवं वर्ष आलं की कोऱ्या कागदावर संकल्प लिहिताना चाप्याच्या फुलासारखी मनात मंद सुगंधाची पखरण करत अनेक संकल्प आठवू लागतात. तसतशी मनाची मरगळही जाते. आणि मनात नवे संकल्प अंकुर धरू लागतात. पण अशा संकल्पित अंकुराच्या ओळीत दि पूना प्रेस ओनर्स असोसिएशन या शतकाकडे झेप घेणाऱ्या आपल्या संघटनेसाठीही कांही वेळ ठेवा...? कराल इतकं तरी...?

दि पूना प्रेस ओनर्स असोसिएशन म्हणजे तरी कोण? तुम्ही आम्ही सगळेच! खरं तर याचं पालकत्व तुमच्या-आमच्याकडेच आहे. आपल्याच व्यवसायाच्या या संघटनेकडे पाहताना पालकत्वाची जबाबदारी तितक्याच निर्मळ आणि उदार मनाने पार पाडायची आहे. त्यातून निर्माण होणारे काही चांगले आनंददायी क्षण टिपायला आणि तेवढेच जतन करायला नित्य चैत्र पालवी जागवणारं मन लाभावं लागतं... जे तुमच्यापाशी निश्चितच आहे.

# कधीही निवृत्त न होणाऱ्या आईचा दिवस

प्रज्ञा जांभेकर

**Mothers never retire, no matter how old her children are she is always a Mom, always willing to encourage and help her children in any way she can!**

— Catherine Pulsifer

मातांबद्दलचा आदर, सन्मान आणि प्रेम व्यक्त करण्यासाठी जगभरात ४६ हून अधिक देशांमध्ये मदर्स डे साजरा केला जातो. मातांच्या योगदानाचा तसंच मातांच्या भूमिकेचा सन्मान करणं हा या दिवस साजरा करण्यामागचा हेतू आहे. भिन्न देश वेगवेगळ्या तारखांना हा उत्सव साजरा करतात, परंतु हा दिवस सामान्यपणे मार्च किंवा मे महिन्यातच साजरा होतो. मदर्स डे हा फादर्स डे, सिबलिंग डे, आजी आजोबा डे आणि इतर उत्सवांप्रमाणेच एक आहे, असं म्हटलं तर ते वावगं ठरणार नाही.

मदर्स डेची उत्पत्ती प्राचीन ग्रीक आणि रोमन परंपरांपासून झाली आहे. सोळाव्या शतकात इंग्लंडमध्ये, मदरिंग रिवार साजरा व्हायचा. त्या दिवशी आईला भेटवस्तू द्यायची पद्धत होती. तिच्यासाठी केकही बनवला जायचा. पुरुषप्रधान समाजात ज्या मातांना हीन दर्जाची वागणूक दिली जाते त्यांच्यासाठी तर हा दिवस खरोखर खास आहे. मानवतेच्या सुरुवातीपासून माता जरी अस्तित्वात असल्या तरीही मातृदिन हा औपचारिक सुट्टी म्हणून साजरा करणं ही अगदी अलीकडच्या काळातली संकल्पना आहे.

या संकल्पनेची सुरुवात अमेरिकेतून झाली ती एका आई आणि लेकीच्या घट्ट बंधातून. मदर जार्विस या नावानं ओळखल्या जाणाऱ्या अँन रीव्हस जार्विस आणि त्यांची कन्या अँना जार्विस यांची ही कहाणी. १८६१ मध्ये अमेरिकेत गृहयुद्ध सुरू होईपर्यंत अँन रीव्हस जार्विस पश्चिम व्हर्जिनियाच्या ग्रामीण भागात रिवारच्या शाळेत शिक्षिका होत्या. त्या पुढे मानवाधिकार आणि मातांसाठी कार्यकर्त्या बनल्या. सुरुवातीला त्यांनी मदर्स डे वर्क क्लबची स्थापना केली. त्या माध्यमातून त्यांनी मातांना आरोग्य आणि स्वच्छतेचे धडे दिले. बालमृत्यूंचं वारेमाप प्रमाण कमी करण्यासाठी त्यांनी प्रयत्न सुरू केले. रोग निर्माण करणाऱ्या अस्वच्छ राहणीमानाशी लढण्यासाठी

मातांना तयार करताना मदर जार्विस यांनी मातांना मुलांचं संगोपन करण्याची कौशल्यं शिकवली.

गृहयुद्ध सुरू झाल्यावर या माऊलीनं जखमी सैनिकांना मदत करण्यासाठी महिला ब्रिगेड्सची स्थापना केली. त्या जखमी सैनिकांची काळजी घेणाऱ्या शांतता कार्यकर्त्या झाल्या. माजी युनियन आणि कॉन्फेडरेट कुटुंबांमधील संबंध सुधारण्यासाठी त्यांनी मदर्स फ्रेंडशिप डेही आयोजित केला. त्यांची मुलगी

अँना जार्विस आईची एकनिष्ठ शिष्य होती आणि तिने तिच्या आईच्या खांद्याला खांदा लावून समाजसेवा केली. आईची तब्येत ढासळत असताना मुलीनं प्रिय आईची अव्याहत सेवा केली. ८ मे १९०५ रोजी आई जार्विसचं हृदयविकारानं निधन झालं. त्यावेळी मुलगी अँना स्वतः आई झाली होती. आईच्या जाण्यामुळे मात्र ती उद्ध्वस्त झाली. तिने १९०६ मध्ये आईच्या मृत्यूला एक वर्ष झालं असताना मित्र आणि कुटुंबीयांना एका खास चर्च सेवेसाठी आमंत्रित केलं. आईच्या कार्याला उजाळा देण्यासाठी तिने आयोजित केलेला हा कार्यक्रम वेस्ट व्हर्जिनिया इथं ग्रॅफ्टनच्या सेंट अँड्र्यू मेथोडिस्ट चर्चमध्ये झाला. सध्या हे चर्च आंतरराष्ट्रीय मातृदिनाचं मंदिर आहे. तिने उपस्थितांना कार्नेशन हे मदर जार्विसचं

आवडतं फूल दिलं. ही एक आकर्षक, आगळी वेगळी श्रद्धांजली ठरली. मग तिने आणि तिच्या प्रियजनांनी प्रत्येक मे महिन्यात ही परंपरा चालू ठेवण्याचं ठरवलं. पत्रं लिहिणं, राजकारण्यांना विनंती करणं आणि तिच्या आईबद्दल जे जे म्हणून कोणी ऐकतील त्यांच्याशी बोलणं याचा त्यांनी सपाटाच लावला.

मदर्स डे साजरा करण्यासाठी पाठिंबा मिळवण्याचं काम तिने सुरू केलं. कुटुंबासाठी आणि समाजासाठी खूप काही करणाऱ्या जगातल्या सर्व मातांचा सन्मान करणं यासाठी हा दिवस सुरू व्हावा यासाठी तिचे प्रयत्न होते. तिच्या सततच्या प्रयत्नांमुळे १९११ पर्यंत





अमेरिकेतील बहुतेक राज्यांनी मातृदिन हा स्थानिक सुट्टी म्हणून साजरा करायला सुरुवात केली. वेस्ट व्हर्जिनिया हे जार्विसचं गृहराज्य १९१० मध्ये मातृदिनाची सुट्टी जाहीर करणारं पहिलं राज्य बनलं. मे महिन्याचा दुसरा रविवार अधिकृतपणे मदर्स डे म्हणून जाहीर झाला. अमेरिकेचे २८ वे राष्ट्राध्यक्ष वुड्रो विल्सन यांनी १९१४ मध्ये या घोषणेवर स्वाक्षरी केल्यानंतर हा दिवस राष्ट्रीय सुट्टी म्हणून जाहीर झाला. अशा प्रकारे सध्याचा मातृ दिन अस्तित्वात आला. तीच तारीख भारत, बांगलादेश, पाकिस्तान, इटली, सिंगापूर, बेल्जियम आणि इतर अनेक देशांनी निवडली.

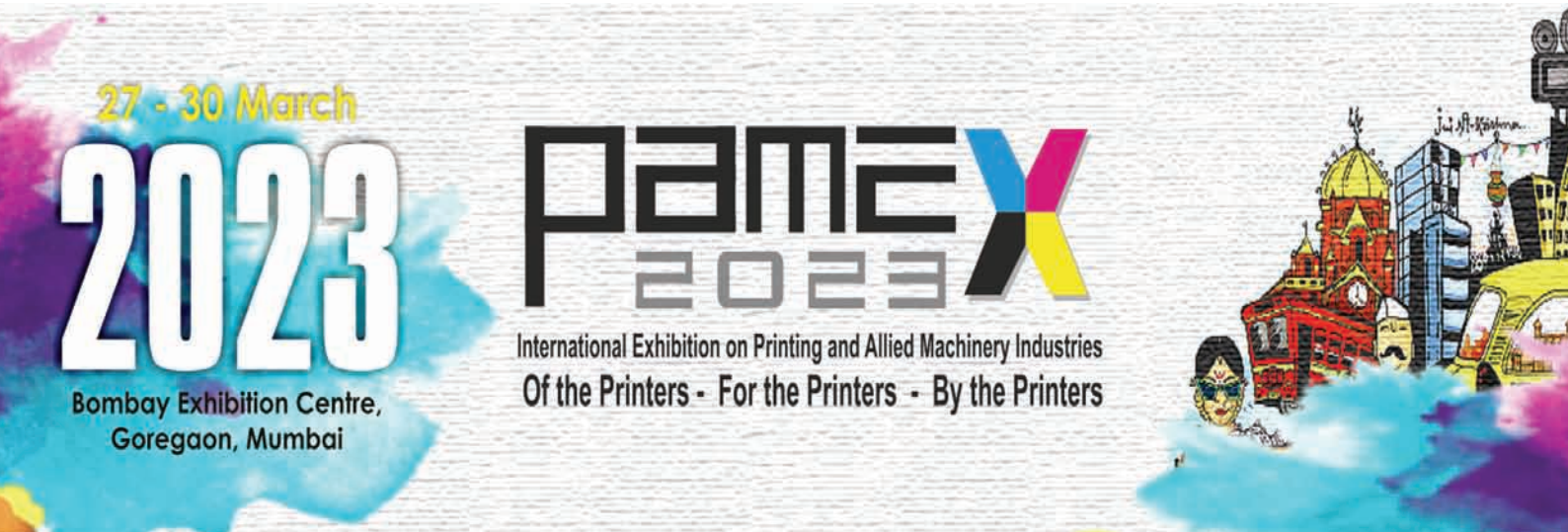
मातांचं आपल्या जीवनात अनन्यसाधारण योगदान असतं. अनेकदा त्या योगदानाकडे दुर्लक्षच होतं. मातांना स्वतःची काळजी घेण्यासाठी क्वचितच वेळ मिळतो, कारण समाजाच्या पितृसत्ताक मानकांमुळे मातांची विश्रांतीची गरज लक्षात येत नसावी. मुलांची आणि कुटुंबांची काळजी घेणं यालाही माता सर्वोच्च प्राधान्य देतात. मातांनी आपल्यासाठी जे काही केलं त्याबद्दल आपल्याला नेहमीच कौतुक वाटायला हवं. आपण त्यांच्या हक्कांसाठी उभं राहयला हवं. प्रत्येक आईनं आपल्या मुलांच्या यशात दिलेल्या अतुलनीय आणि निःस्वार्थ योगदान कबूल करायलाच हवं. हे कबूल करायचा दिवस म्हणजे मदर्स डे.

आई एक मित्र, संरक्षक, मार्गदर्शक आहे. ती निःस्वार्थीपणे तिच्या अनेक गरजांचा मुलांच्या गरजांसाठी त्याग करत असते. तिचं मुलांवरचं प्रेम बिनशर्त असतं. मुलांचं पालनपोषण करण्यासाठी आणि त्यांना चांगला माणूस बनवण्यासाठी ती आयुष्य समर्पित करते. मुलाला पहिला खाऊ खायला घालण्यापासून ते त्याचे पहिले शब्द ऐकण्यापर्यंत ती सगळं करत असते. आयुष्याच्या प्रत्येक टप्प्यावर आई असते. ज्या दिवसापासून मूल जन्माला येतं त्या दिवसापासून ती कठोर परिश्रम घेते. ज्ञान, कौशल्यं आणि क्षमतांनी

मूल सुसज्ज करण्यासाठी तसंच त्याला सक्षम माणूस बनवण्यासाठी आपलं सर्वोत्तम देते ती आई. त्याचमुळे आई होणं हे कदाचित सर्वात कठीण काम आहे. आई ही पहिली व्यक्ती आहे जी मुलाला ओळखते.

या नश्वर जीवनात एकच नातं असं आहे जे या पृथ्वीवरील इतर सर्व ज्ञात नातेसंबंधापेक्षा सहजसुंदर आहे. हे विलक्षण नातं दुसरं तिसरं कुठलं नसून आईचं आहे. तिचं कुटुंबावरील अगणित प्रेम, समर्पण आणि भक्ती बघता ते खरोखरच अमूल्य आहे. आपल्याला ज्ञात असलेल्या सर्व नातेसंबंधांपैकी, आईचं तिच्या मुलाशी असलेलं नातं हे सर्वपेक्षा वरचं आहे. मदर्स डे हा आईच्या निःस्वार्थ प्रेमाचा आणि तिने मुलांसाठी केलेल्या प्रत्येक त्यागाचा सन्मान करण्याचा उत्सव आहे.

आई आणि तिच्या मुलाचं नातं खास आहे. ते नातं कायम जपलं पाहिजे. मातृत्व साजरं करण्यासाठी एक दिवस पुरेसा नाही. खरं तर मातांचा सन्मान करण्यासाठी आपल्याला कोणत्याही विशेष दिवसाची आवश्यकता नसावी. प्रत्येक दिवशी त्यांचा सन्मान ठेवायलाच हवा. मातांवर प्रेमाचा वर्षाव करण्यासाठी प्रत्येक दिवस मदर्स डेसारखा खास बनवला पाहिजे. आई आपल्यासाठी दररोज करत असलेल्या सर्व छोट्या छोट्या गोष्टी आपण लक्षात घेतल्या पाहिजेत. मातृदिनाचा विलक्षण दिवस साजरा करण्यासाठी बरेच लोक त्यांच्या आईला हातातं बनवलेल्या भेटवस्तू देतात. एखादा चित्रपट दाखवतात. रात्रीच्या जेवणासाठी तिला बाहेर घेऊन जातात किंवा घरीच स्वयंपाक करून तिला आश्चर्यचकित करतात. याशिवाय आणखी बरंच काही करतात. मात्र आईसाठी तिच्या मुलांचं प्रेम आणि आदर यापेक्षा दुसरी कोणतीही भेटवस्तू विशेष असू शकत नाही. चला तर मग प्रत्येक दिवस आपल्या मातांसाठी खास बनवण्याची शपथ घेऊ या.



# सर्वांगीण गुणवत्ता व्यवस्थापन (Total Quality Management [TQM]) : एक दृष्टिकोन

श्री. विश्वास दात्ये

पुणे.

मोबाईल : ९८५००३५३६२ E-mail : vishwasdatyegmail.com

गेली काही वर्षे गुणवत्ता किंवा दर्जा ही संकल्पना औद्योगिक क्षेत्रासह इतर क्षेत्रांत पुढे येत आहे. तिचे मूळ किंवा प्रारंभ Inspection ह्या शब्दांपाशी आहे. त्यानंतर ती संकल्पना Quality Control, Quality Assurance, Quality Engineering, Quality Management, Total Quality Management अशा रूपात प्रगल्भित होत गेली. एखाद्या वस्तूचे उत्पादन करताना ते उत्पादन विभागाकडून आधी दिलेल्या निकषांप्रमाणे (Specification) केले जाते. वस्तू चांगल्या गुणवत्तेची बनवण्यावर साहजिकच भर दिला जातो.

काळाच्या ओघात उत्पादकांच्या असे लक्षात आले की, उत्पादन विभागाच्या ज्या समस्या असतात त्या पुष्कळशा त्यांच्या आवाक्यापलीकडच्या असतात. त्यामुळे गुणवत्ता व्यवस्थापन ही संकल्पना आता उत्पादनाशी संबंधित सर्व कार्ये, प्रक्रिया आणि कृती अशी विस्तारली आहे.

नंतर काही दिवसांनी असे लक्षात आले की, अजून या संकल्पनेत काही तरी राहून गेले आहे. काही समस्या खूप खोलवर गेलेल्या असतात, निव्वळ उत्पादन प्रक्रियेवर लक्ष देऊन त्या सुटत नाहीत. गुणवत्तेचे संपूर्ण व्यवस्थापन (TQM) ही संकल्पना इथूनच पुढे आली.

## गुणवत्ता व्यवस्थापन :

गुणवत्ता ही संकल्पना अधिक स्पष्टपणे कळावी, त्यासाठी आवश्यक ती परिपक्वता यावी, दृष्टिकोन समजावेत यासाठी काही व्यवस्थापन गुरूंनी पुढाकार घेतला. त्यामध्ये Phil Crosby, Joseph Juran, W. Edwards Deming, Kaoru Ishikawa यांचा प्रमुख समावेश होतो. ही संकल्पना अधिकाधिक स्पष्ट करण्यात त्यांनी मोठा वाटा उचलला. गुणवत्ता व्यवस्थापनाचा संबंध त्या उद्योगाच्या यशाशी आणि व्यवस्थापनाच्या दर्जाशी आणि कंपनीच्या नावाशी (Brand) जोडला जाऊ लागला. सर्वांगीण गुणवत्ता सुधारणा ही प्रक्रिया वरिष्ठ व्यवस्थापनाने उचलावयाची पावले, घ्यावयाचे निर्णय ह्यावर खूप अवलंबून आहे.

पुष्कळशा कंपन्यांत गुणवत्ता सुधारणा ह्याविषयीची जबाबदारी गुणवत्ता आणि सुपरवायझर व कामगार ह्यांच्यावरच संपूर्णतः सोपवली जाते. वरिष्ठ व्यवस्थापक गुणवत्ता सुधारणेबाबत काही पावले उचलतही नसतात. किंवा गुणवत्ता सुधारणा ह्यासाठी प्रशिक्षण आयोजित केले असेल तर त्याला हजरही नसतात. अशा कंपन्यांत मग गुणवत्ता सुधारणा प्रशिक्षणाचे ठोस परिणाम पण दिसून येत

नाहीत.

हा मुद्दा अधिक स्पष्ट करावासा वाटतो. मला एका कंपनीचे त्यांच्या कंपनीत चालवलेल्या गुणवत्ता प्रक्रियेचे परीक्षण (Audit) करण्यासाठी बोलवले. गुणवत्ता सुधारण्यासाठी त्यांनी कंपनीत छोटे छोटे ग्रुप्स केले होते आणि त्या ग्रुप्सवर काही जबाबदारी सोपवली होती, ज्याचे चांगले परिणाम मिळत आहेत अशा प्रकारचे प्रेझेंटेशन त्या सर्व ग्रुप्सनी माझ्यासमोर सादर केले. ह्या Presentation च्या वेळी कंपनीचे C.E.O खरे तर हजर असायला हवे होते पण ते नव्हते, गुणवत्ता व्यवस्थापक (Quality Manager) हजर होते. मी त्यांना विचारले की तुमचा व्यवसाय कसा चालला आहे? त्या प्रश्नानंतर तेथे काही काळ शांतता पसरली. काही वेळ गेल्यावर, आणि प्रश्नात आणखी खोल गेल्यावर असे उघडकीस आले की व्यवसाय प्रत्यक्षात नुकसानीत आहे. साहजिकच एक गोष्ट ध्यानात आली की त्या टीमसनी जी प्रोजेक्ट्स सुधारणेसाठी हाती घेतली तिथे जेवढी सुधारणा आवश्यक होती त्यापेक्षा सुधारणेची गरज दुसरीकडे जास्त असावी. त्या टीमसनी केलेली सादरीकरणे दिशाभूल करणारी ठरत होती आणि त्यांचे कष्टही खरोखरी आवश्यक त्या सुधारणा घडवून आणत नव्हते.

व्यवस्थापन शास्त्राशी निगडित गुरूंनी वस्तूची गुणवत्ता ह्या शब्दाच्या विविध व्याख्या केल्या आहेत. त्यापैकी सर्वात सोपी व्याख्या पुढीलप्रमाणे. वस्तूच्या उत्पादनासाठी किंवा सेवा देण्यासाठी कंपनीने जी स्पेसिफिकेशन्स ठरवलेली असतात ती जेव्हा ग्राहकांच्या गरजा किंवा अपेक्षांशी मिळतीजुळती असतात तेव्हा उत्पादित वस्तू अथवा सेवा खऱ्या अर्थाने गुणवत्तापूर्ण असते. ह्या ठिकाणी ग्राहक म्हणजे उपभोक्ता, जो त्या वस्तूचा अथवा सेवेचा प्रत्यक्ष वापर करणारा असतो.

उत्पादनाशी निगडित बहुतेक सर्व प्रक्रिया एकतर कंपनीत किंवा कंपनीच्या इतर विभागांत पार पडलेल्या असतात. सर्वांगीण गुणवत्ता व्यवस्थापन हे ह्या सर्व प्रक्रिया नीटपणे पार पाडण्याशी संबंधित असते, कंपनीच्या सर्वोच्च व्यवस्थापनाचा त्यात सहभाग लागतो. अनेक वर्षे, जवळजवळ चार दशके इतका काळ, निरनिराळ्या कंपन्यांत विविध प्रक्रियांचा प्रत्यक्ष अनुभव घेतल्यावर, मी स्वतःची अशी सर्वकष गुणवत्ता, दर्जा, व्यवस्थापनाची माझी व्याख्या तयार केली.

ग्राहक, कर्मचारी, मालकवर्ग आणि आसपासचा समाज या सर्वांना वाटेल / पटेल अशा तऱ्हेने, व्यवसायातील स्पर्धेची दखल



घेऊन, त्यांच्या हितसंबंधाची संतुलित काळजी घेऊन, सर्व उत्पादन प्रक्रियांसंबंधी सर्व उत्पादन घटकांचे सतत व्यवस्थापन करणे.

### स्पष्टीकरण :

रिसोर्सेस, म्हणजेच कंपनीच्या हाताशी असणारे उत्पादन घटक, म्हणजेच जमीन, मनुष्यबळ, यंत्रसामग्री, भांडवल, तंत्रज्ञान आणि व्यवस्थापन सामग्री. हे सर्व घटक गरज पडेल तेव्हा अपेक्षेनुसार उपलब्ध होतीलच असे नाही. पण या संदर्भात जे उपलब्ध नाही त्याविषयी तक्रार करत बसू नये. तसेच मागे झालेल्या चुकांचा ऊहापोह दोषारोपण करण्यासाठी करू नये. कारण हे लक्षात असू द्यावे की जे निर्णय घेतात त्यांच्याच हातून चुकादेखील होऊ शकतात.

### तुलनात्मक दृष्ट्या चांगले म्हणजे काय? :

जगात सर्वस्वी चांगले असे काहीच नसते, पण सर्वांच्या अपेक्षा पूर्ण करता येतील अशा प्रकारचे प्रयत्न तरी हवेत. आजूबाजूची स्पर्धा, सध्याच्या काळातले आणि पुढील काळातले अडथळे ध्यानात घेऊन जास्तीत जास्त चांगल्या सेवा, वस्तू देण्याचा प्रयत्न तरी असावा.

**ग्राहक :** ग्राहक म्हणजे त्या व्यक्ती किंवा कंपनी ज्या तुमच्या वस्तूची किंवा सेवेची किंमत मोजतात, तसेच एखादी गरज भागवण्याची वस्तू किंवा सेवा वापर करतात, उपभोग घेतात.

**मालक :** कंपनीचे मालक म्हणजेच त्या व्यक्ती, भागीदार किंवा भागधारक जे शेअर्स खरेदी करून कंपनीला आवश्यक ते भांडवल पुरवितात, गुंतवितात.

**समाज :** ज्या वातावरणात कंपनी चालवली जाते त्याची पण काळजी घेणे आवश्यक आहे, सर्व नियम आणि कायदे पाळणे आवश्यक आहे.

**स्पर्धा :** कंपनी ज्या सेवा पुरवते, वस्तू उत्पादित करते तशाच वस्तू सेवा पुरविणाऱ्या अन्य संस्था, कंपन्या. एकाचवेळी एका पाठोपाठ एक अशा नाही : कंपनीला ग्राहक, कर्मचारी, मालक, समाज ह्या सर्वांच्या गरजा एकाचवेळी पूर्ण कराव्या लागतात. काहीवेळा ह्या गरज परस्परविरोधी असल्या तरीही. ह्या सर्वांच्या गरजा भागवताना समतोल राखला गेला पाहिजे.

**सातत्य :** सर्व घटकांना संतुष्ट ठेवायची प्रक्रिया सतत चालू ठेवावी लागते.

**अपेक्षापूर्ती :** व्यवसायाशी ज्यांचा ज्यांचा प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्ष संबंध येतो अशा सर्व घटकांचे समाधान करणे हे कंपनीचे

ध्येय असले पाहिजे. ग्राहक, मालक, कर्मचारी आणि समाज या प्रत्येक घटकासाठी समाधान पातळी निर्धारित करून ती साध्य करण्याचा प्रयत्न असला पाहिजे. हे समाधान किंवा संतोष आहे किंवा नाही हे तपासण्यासाठी सतत योग्य तक्रारी, अपेक्षा ह्यांची माहिती गोळा करणे (Strong Feedback Mechanism) आवश्यक असते. सर्वांच्या अपेक्षा सतत बदलत असतात हेसुद्धा व्यवस्थापनाने लक्षात घेतले पाहिजे. उत्पादन घटकांपैकी कोणाच्या हितसंबंधावर प्रतिकूल परिणाम झाले आहेत का ह्याची अधूनमधून तपासणी करून, त्यासाठी आवश्यक वाटल्यास सल्लागार सेवांची मदत घेऊन मार्ग काढणे ह्यालाही महत्त्व द्यावयास हवे.

थोडक्यात सांगायचे झाले तर TQM समतोल साधणारी कृती (Balancing Act) असते; ज्यातून परस्परविरोधी असे हितसंबंध लक्षात येतात आणि त्यावर काही मध्यमार्ग काढता येतो. TQM ला जास्त महत्त्व तेव्हाच प्राप्त होते जेव्हा व्यवसायाशी संबंधित सर्वांच्या अपेक्षा वाढतात किंवा बदलतात. व्यवसाय अंतर्गत जेव्हा सुधारणा करावयाच्या असतात तेव्हा पुढच्या काळात कंपनी टिकवून ठेवणे हे ध्येय असले पाहिजे. सततच्या स्पर्धेला सामोरे जाताना कंपनीचे अस्तित्व टिकवणे हे प्राथमिक ध्येय असले पाहिजे.

### परस्परविरोधी अपेक्षा :

- १) व्यवसाय मालकांना जास्त लाभांश दिला तर कर्मचार्यांना वेतन द्यायला निधी कमी होतो, साहजिकच कर्मचारी नाराज होणे संभवते.
- २) पर्यावरणरक्षणसंबंधी अपेक्षा, शासन, बाजारपेठेतील ग्राहकवर्ग यांच्या अपेक्षा पूर्ण करण्याला जास्त निधी वापरला तर मालक आणि कर्मचारी यांच्याकरता जास्त निधी उपलब्ध राहणार नाही. कंपनीला कायदेशीर कारवाईसंदर्भात काही निधी लागला तर त्या गरजेला प्राधान्य द्यावेच लागते, कारण कायद्याशी संबंधित गरज निभावाव्याच लागतात.
- ३) तुम्ही वस्तूच्या / सेवांच्या किमती वाढवल्या, जास्त उत्पन्न मिळविण्याचे ठरवले तर कर्मचार्यांना जास्त वेतन मिळेल, भागधारकांना जास्त लाभांश मिळेल पण ग्राहकवर्गात नाराजी, असंतोष पसरेल. विक्री पण कमी होईल.
- ४) या सर्व उदाहरणांचा अर्थ असा की कंपनीशी संबंधित कोणत्याही एका गटाचे हितसंबंध जास्त जपले तर दुसरा गट साहजिकच नाराज होतो. त्यामुळे सर्व गटांच्या हिताचा समतोल साधणे ही व्यवस्थापनासमोर कसरतच असते आणि ती सर्व व्यवस्थापनांना करावीच लागते. ती करताना, व्यवसायाची वाढ करताना ग्राहकाचे समाधानही करावे लागते. सर्वांणी गुणवत्ता व्यवस्थापन (TQM)चा आधार अशा अडचणीच्या काळात घेऊन आपले ध्येय साध्य करावे लागते. सर्वांणी गुणवत्ता व्यवस्थापन असेल तर आपोआपच सर्व गट बऱ्याच प्रमाणात समाधानी होतात आणि त्यामुळे व्यवसाय वाढ, स्पर्धा करण्याच्या क्षमतेत वाढ होऊन कंपनीला जास्त फायदाही मिळतो.

सौजन्य : व्यापारी मित्र



# Are You APPROACHABLE?



**Amit J Kothari**  
Cell : 9890068887

When I scan my circle of family, relatives, friends and loved ones, I realise that there are some people who seem to be very easy going. I have no hesitation whatsoever to ask them for any help, take a suggestion, request guidance in matters of their expertise, and demand a favour without questioning what they will think about me. I can be myself with them. Such people are – **APPROACHABLE**.

On the other hand, there are some who are totally opposite. Even the thought of asking them starts with a question mark. There are doubts on whether or not it is worth asking them. I have to think of multiple ways of communication to ensure that I get their attention. My heart beats fast even at the thought of approaching such people when I don't have an option. I call them – **NON-APPROACHABLE**.

**Here are some litmus tests to know whether you are approachable or not –**

- Are you a patient, non-interruptive listener?
- Do you handle situations without being biased
- How good are you at taking feedbacks?
- Do you allow other person to complete their sentence or jump to conclusions and start talking?
- If someone doesn't like your work / handling of a situation, what is your response?

- Do the people in lower hierarchy at your work place / home feel comfortable to share their problems / issues
- Are you sarcastic?
- Do you love taking the last word in a difference of opinion conversation?
- Do people hesitate before approaching you for help?
- Is anger an automatic response if things don't go your way?
- Do you get aloof often?
- Has a stranger ever approached you to ask for something? Or does he approach someone else standing near you?
- Do you prefer to control a situation by raising your voice?

Can your kids come to you to share whatever they have on their mind without thinking – what my mother / father will say or think?

If your child is looking for company to play with, do they prefer you or their friends?

Do your loved ones need to see motivational videos or they find comfort in rather talking to you?

I have come to a conclusion that – **a person who is approachable, usually has a YES face! They need not even say a word, but their face, body language and eyes say it all!** Have you observed this – assume you are standing in a crowd. One person is looking for some directions. He chooses one of the person amongst the crowd. Have you wondered why the stranger choose that person and not others? The only logical reason is that the person looked approachable.

*Thomas Jefferson was traveling by horseback with a group of colleagues. As they approached a river, they met others at the river who were on foot. The river had overflowed its banks and the current was swift. To cross the river was going to be a bit dangerous.*

*A lone foot traveler approached President Jefferson and asked if he would take him across. The president agreed immediately and the man climbed behind him on the horse. They safely crossed the treacherous river.*

*Afterwards, another person asked the lone traveler, "Why did you ask the president of the United States to take you across the river?" The man, with a shocked look on his face, admitted he had no idea that he had asked the president of the United States. "All I knew," he*

*said, "is that on some of your faces was written the answer 'no' and on some of them was the answer 'yes.' His was a 'yes' face."*

**If you ever want to be with people, being approachable or having a YES face is the most important thing to do. Few easiest ways of doing this is –**

1. Always wear a smile
2. Look eye to eye and not try to ignore fellow humans
3. Respect people because they are humans

Today the world is progressing at jet speed in terms of technology, innovation and comfort. But at the same time we don't seem to have time for fellow human beings. We rarely have a conversation without gadgets, television or some work in hand. **Heart to heart conversations are a privilege these days.** We are missing out on our dear fellow human beings, their love and emotions! We are becoming more machines and less humans.

**I wish to appeal to each one of you in reading this blog to make a conscious effort to have a YES face and become approachable. If we have to give humanity a chance in modern times, we need to start with this small step!**



## जून महिन्यातील वाढदिवस

क्र.	सभासदांचे नाव	मुद्रणालयाचे नाव	जन्मदिनांक	दूरध्वनी	मोबाईल
१)	श्री. सुपे राजेंद्र तुकाराम	मिरर आर्ट	०१/०६/१९७२	-	९३७२८७२८८१
२)	श्री. उत्तेकर कृष्णा द.	किरण प्रोसेस	०२/०६/१९६८	२४४३०८१३	९१५८९९२७१३
३)	श्री. गोरे किशोर प्र.	विनोद प्रिंटर्स	०३/०६/१९८०	-	९९२२५५२२४४
४)	श्री. लाटकर आनंद चिंतामणी	कॉम प्रिंट कल्पना	०४/०६/१९६८	२४४३२४६१	९८२२०१२९४५
५)	श्री. शिंदे दिनेश बाळकृष्ण	बाळकृष्ण बुक बाईंडिंग	०५/०६/१९६४	२४४५८०२१	-
६)	श्री. कुलकर्णी कृष्णनाथ का.	साफल्य प्रिंटर्स	०६/०६/१९४२	२४४६६६२३	७३८७१२३६५७
७)	श्री. जोधळे तेजस बळीराम	शिवशंकर एंटरप्रायजेस	०७/०६/१९९५	-	८९८३९८५०३५
८)	श्री. मोघे निखिल विजय	डी. जी. कॉपीअर्स (पुणे) प्रा. लि.	१३/०६/१९७८	२४४९९८६७	-
९)	श्री. मांडके गिरीश मधुकर	पेंटॅगॉन डिजिटल	१४/०६/१९७१	-	९३७२८७२८८४
१०)	श्री. आंबवले माधव अनंत	आंबवले बाईंडर्स	१५/०६/१९३८	-	९४२३५७१८५८
११)	श्री. मारणे प्रभाकर मनोहर	जयभारत बुक बाईंडर्स	१८/०६/१९५४	९८२३३९१७५१	-
१२)	सौ. गोगावले भक्ती विक्रम	भक्ती प्रिंटर्स ऑण्ड बाईंडर्स	२०/०६/१९८९	९९२११५४७९१	-
१३)	श्री. बडगुजर राहुल प्रकाश	नर्मदा ऑफसेट	३०/०६/१९८०	२४४८००९२	९४२२०१११६४

### Paper consumption in India is likely to 30 million tonnes by FY 2026-27

Paper consumption in India is likely to witness 6 to 7 per cent annual growth and will reach 30 million tonnes by FY 2026-27, largely driven by emphasis on education and literacy coupled with growth in organised retail, according to industry body IPMA.

The paper Industry holds immense potential for growth in India as the per capita consumption globally is one of the lowest, the Indian Paper Manufacturers Association (IPMA) said in a statement.

"Around 15 per cent of the world population stays in India but consumes only 5 per cent of the total paper produced in the world," the statement said.

The emphasis on education and literacy coupled with growth in organised retail and demand for better quality paper are the major drivers of growth.

Moreover, there has been continued demand for quality packaging of FMCG products, pharmaceuticals, textiles, organised retail, booming e-commerce, and other segments, it said.

According to industry body IPMA, paper consumption in India is projected to grow by 6-7 per cent per annum in the next five years so as to reach 30 million tonnes by the year FY 27, making it the be

fastest growing paper market in the world.

"Paper Industry in the country has undergone a transformation of sorts in the last few years. The industry has gone up the sustainability curve and has become far more technologically advanced.

"In the last five to seven years, an amount of over Rs. 25,000 crore has been invested in new efficient capacities and induction of clean and green technologies," IPMA President A S Mehta.

The estimated turnover of the industry is Rs. 70,000 crore with domestic market size of Rs. 80,000 crore. Indian Agro & Recycled Paper Mills Association (IARPMA) President Pramod Agarwal said during COVID, while writing and printing paper witnessed demand contraction, the paper packaging industry fared well as the pharma sector, FMCG and growth in e-commerce played a major role in driving growth in the paper sector. "As the economic activity opens up in the post-pandemic era, the growth momentum is likely to get further acceleration," he said.

IARPMA is organising Paperex 2022 - an international conference and exhibition on the paper sector in the world to be held from May 10-13 at Greater Noida.

*Courtesy : Business Standard*

### The book sale at the city's iconic Asiatic Library sold out on the very first morning

The book sale at the city's iconic Asiatic Library was supposed to run from May 5 – May 18. To everyone's amazement, it sold out on the very first morning. Mid-day Online spoke to the library's vice president Dr Shehernaz Nalwalla to understand how this happened "How did Asiatic Library's fortnight-long sale end in just four hours?" People came in as early as 8:30 am on the day and the line had extended to the bus stop outside and they didn't mind standing in the heat without a fan – all to get their hands on the books.

When Dr Shehernaz Nalwalla, vice president at The Asiatic Society of Mumbai, planned the first ever book sale at the Asiatic Library, she didn't expect all 3,500 books on sale to be sold out within four hours. The sale which was put together within two-three days – just after the recently-concluded map exhibition at the library – was supposed to go on at the Durbar Hall till May 18 but the overwhelming response meant it ended much earlier than anyone expected. "While that left many people who had

planned later visits disappointed, Nalwalla is content. "Every book has now got its reader who would be interested in reading them, instead of them just lying around because we could not put them up in the library," she says.

The books, priced between Rs 20 and Rs 30, included extra copies of titles that had to be let go from the library collection because of a space crunch. Among them were books on travel and marine life, art catalogues, biographies and academic textbooks.

The overwhelming response not only made the official happy but also reinstalled her confidence in Mumbai's reading culture. "It was really heartening to see people from all age groups – young, old, students, mothers come with their young children. It was not only middle-aged or only young people, but a mixed group. So, the very heartening thing about this is that people still read books because otherwise it wouldn't have had such a response," she explains. The vice president, who is also the chairperson for library administration and the book selection committee, said



people came in as early as 8:30 am on the day and the line had extended to the bus stop outside and they didn't mind standing in the heat without a fan – all to get their hands on the books. The books were priced at Rs 30 and Rs 20 and included every kind that had been donated to the library over two-three decades.

The success of this book sale may just change the way the library now approaches donations. Ask Nalwalla whether they plan on having more such book sales and she says, "It depends on the books we get as donations. Now the managing committee will think about strategies of how we can get books." However, she says it is still too early to comment right now. Mumbai's book lovers may have to wait a while before the halls open again for a book sale so they can get their hands on a prized copy.

Courtesy : Mid-day



## DEVICES

Every Printer should have...



## MULTIMETER

A multimeter or a multitester, also known as a VOM (volt-ohm-milliammeter), is an electronic measuring instrument that combines several measurement functions in one unit. A typical multimeter can measure voltage, current, and resistance. Analog multimeters use a microammeter with a moving pointer to display readings. Digital multimeters (DMM, DVOM) have a numeric display, and may also show a graphical bar representing the measured value. Digital multimeters are now far more common due to their lower cost and greater precision.

A multimeter is the combination of a DC voltmeter, AC voltmeter, ammeter, and ohmmeter. An un-amplified analog multimeter combines a meter movement, range resistors and switches; VTVMs are amplified analog meters and contain active circuitry.

For an analog meter movement, DC voltage is measured with a series resistor connected between the meter movement and the circuit under test. A switch (usually rotary) allows greater resistance to be inserted in series with the meter movement to read higher voltages. For analog current ranges, matched low-resistance shunts are connected in parallel with the meter movement to divert most of the current around the coil. To measure resistance, switches arrange for a small battery within the instrument to pass a current through the device under test and the meter coil. Since the current available depends on the state of charge of the battery which changes over time.

In all types of multimeters, the quality of the switching elements is critical to stable and accurate measurements.

Source : Wikipedia



HEIDELBERG  
Speedmaster

Speedmaster CX 104

# TURNING IDEAS INTO PROFIT.

How can you meet the increasing demands of the printing market? The Speedmaster CX 104 has the answer: Easy job changes and a wide range of inline finishing operations paired with an innovative operating concept and intelligent automation. And all that tailored to your business model.

**For more technical information and Speedmaster CX 104 pricing details, please contact:**

**Mr. Viraj Damle**, Cluster Sales Head - West

**E-mail:** [viraj.damle@heidelberg.com](mailto:viraj.damle@heidelberg.com)

**Mobile:** + 91 98208 61050

**HEIDELBERG**

See for yourself: [heidelberg.com/cx104](http://heidelberg.com/cx104)

# Experience the Future... Now!



**HP and TechNova form a formidable partnership  
to offer next-gen Digital Presses for  
Folding Cartons, Labels and Publishing.**



HP Indigo 35K : B2 Digital Press for Folding Cartons



HP Indigo 6K : Narrow-web Digital Press for Labels



HP T250 HD : PageWide Web Digital Press for Publishing

For a leap into the future, please contact :

**TechNovaCare**

Toll-free (India) : 1 800 267 7474

Phone : +91 22 2741 5474

eMail : [help@technovaworld.com](mailto:help@technovaworld.com)

Web : [www.technovaworld.com](http://www.technovaworld.com)



Scan QR Code for more information

